

# UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID THE COMPLUTENSE UNIVERSITY OF MADRID



**Repositorio Digital de la UCM**  
**UCM Digital Repository**  
<http://eprints.ucm.es>

**LA IMAGEN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS. LA TÉCNICA  
REPERTORY GRID Y REVISIÓN DE TRABAJOS ENTRE 1980-2012**

**TOURISM DESTINATION IMAGE. THE USE OF REPERTORY GRID  
TECHNIQUE AND REVIEW OF PAPERS FROM 1980 TO 2012**

De Melo Souto, C y Ortega, E. (2012) La imagen de los destinos turísticos. La técnica Repertory Grid y revisión de trabajos entre 1980-2012. En: Ferkelt, B. y Vicente, A (Coords.), *Interdisciplinalidad en economía y negocios, XXI International Congress of the European Academy of Management and Business Economics (AEDEM)*, Budapest (Hungria), 3-4 septiembre. European Academics Publishers, ISBN: 13: 978-84-695-4555-3. Publicación en CD, 18 págs.

De Melo Souto, C and Ortega, E. (2012) Tourism destination image. The use of Repertory Grid technique and review of papers from 1980 to 2012. In: Ferkelt, B. and Vicente, A (Eds.), *Interdisciplinarity and Synergies in Economics and Business, XXI International Congress of the European Academy of Management and Business Economics (AEDEM)*, Budapest (Hungary), September, 3-4. European Academics Publishers, ISBN: 13: 978-84-695-4555-3. Published in CD, 18 pp

# **LA IMAGEN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS. LA TÉCNICA REPERTORY GRID Y REVISIÓN DE TRABAJOS ENTRE 1980-2012**

Christiane de Melo Rego Souto, [christiane.souto@gmail.com](mailto:christiane.souto@gmail.com)  
Enrique Ortega Martínez, [eortegam@ccee.ucm.es](mailto:eortegam@ccee.ucm.es)  
Universidad Complutense de Madrid

## **RESUMEN**

La imagen de los destinos turísticos es un tópico importante en la investigación turística actual. La investigación empírica en éste área es predominantemente cuantitativa, aunque la investigación cualitativa está creciendo rápidamente en la investigación de la imagen de los destinos. El objetivo de este estudio es revisar 336 trabajos sobre la imagen de los destinos turísticos publicados entre 1980 y el primer trimestre de 2012. La técnica *Repertory Grid* está especialmente tratada en el estudio, ya que enlaza los dos principales paradigmas de la investigación científica, el positivista o cuantitativo y el interpretativo o cualitativo. Se sugiere la utilización de la técnica *Repertory Grid* en la investigación de la imagen de los destinos.

## **PALABRAS CLAVE:**

Imagen de los destinos , repertory grid, teoría de los constructos personales, investigación turística, técnica de la rejilla.

# **TOURISM DESTINATION IMAGE. THE USE OF REPERTORY GRID TECHNIQUE AND REVIEW OF PAPERS FROM 1980 TO 2012**

Christiane de Melo Rego Souto, [christiane.souto@gmail.com](mailto:christiane.souto@gmail.com)  
Enrique Ortega Martínez, [eortegam@ccee.ucm.es](mailto:eortegam@ccee.ucm.es)  
Universidad Complutense de Madrid

## **ABSTRACT**

Destination image is a hot topic in contemporary tourism research. Empirical research on this area is predominantly quantitative although the qualitative approach is growing quickly in tourism destination image. The aim of this study is to review 336 destination image empirical papers published from 1980 and the first quarter of 2012. The use of the Repertory Grid technique is specially analyzed since that this technique bridges the two main scientific research paradigms, the positivist or quantitative and the interpretative or qualitative paradigm. It is suggested the use of the Repertory Grid approach on destination image research

## **KEY WORDS:**

Destination image, repertory grid, theory of personal constructs, tourism research.

## 1. INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo los destinos turísticos han sido objeto de numerosos trabajos desde muchas y diferentes perspectivas. Las complejas características de los destinos turísticos han favorecido la existencia de conceptos diferentes que ponen el énfasis en aspectos territoriales, en productos, en sectores, y en aspectos socioeconómicos. En el amplio trabajo de Barrado (2004) sobre el concepto de destino turístico, este autor contempla el mismo desde una perspectiva geográfica-territorial, señalando que *“el destino se conforma como un subsistema en el espacio secante entre dos sistemas más amplios, el sectorial-turístico y el geográfico y como tal participa en parte de ambos y debe ser interpretado, planificado y gestionado atendiendo a sus elementos individuales, pero fundamentalmente a las interacciones que entre esos elementos se producen”* (pág. 45). La complejidad de los destinos turísticos ha sido abordada también desde el análisis de redes (Beaumont y Dredge, 2010; Breukel y Go 2009; Timur y Getz, 2008) y desde la perspectiva de la complejidad de la ciencia (Baggio, 2008; Baggio, Scott y Cooper, 2010). A pesar de las valiosas contribuciones de estos y otros autores, el concepto de destino turístico resulta indefinido.

En el trabajo de Bornhorst, Brent Ritchie y Sheehan (2010) estos autores definen el destino turístico como *“una región geográfica, una jurisdicción política o una atracción importante, que trata de proporcionar a los visitantes con una gama de satisfacciones memorables y experiencias durante sus visitas”* (pág. 572). Estos autores también incluyen como destinos turísticos las grandes metrópolis y algunas grandes atracciones de diferente naturaleza como Disneylandia en Estados Unidos, el palacio de Versalles en Francia o las ruinas de Machu Pichu en el Perú. De esta forma, el concepto de destino turístico queda identificado no solamente por una delimitación geográfica, administrativa o política, sino que también lo son atracciones de cualquier naturaleza que por sus características y prestigio puedan proporcionar a los visitantes experiencias memorables.

La imagen es un término que se utiliza en diferentes campos con sentidos a veces muy distintos. En el ámbito de las ciencias sociales la imagen está asociada con las ideas, creencias, impresiones y actitudes que una persona o grupo de personas tienen de un objeto, una marca, una persona, una institución o un lugar (Nadeau, Heslop, O'Reilly y Luk, 2008; Ortega, 1981; San Martín, y Rodríguez del Bosque, 2008). La aplicación del concepto de imagen a los destinos turísticos, sobre el que Li y Volgelson (2006) recogen más de 30 definiciones, delimita considerablemente las investigaciones realizadas sobre los propios destinos turísticos. No obstante, como señalan Nicoletta y Servidio (2012), la investigación de la imagen de los destinos turísticos es un tópico clave en la investigación contemporánea del turismo. Numerosos trabajos han puesto de manifiesto que una imagen favorable de los destinos ejerce una influencia importante en las decisiones de los turistas (Baloglu y McCleary, 1999, Bigné, Sánchez y Sánchez, 2001; Chon, 1990; Yang, He y Gu 2012; Hunt, 1975; Lee y Lockshin, 2011; Molina, Gómez y Martín-Consuegra, 2010; Nicoletta y Servidio, 2012).

El interés por la investigación sobre la imagen de los destinos turísticos propició la realización de algunos trabajos de revisión sobre esta importante área del turismo. Entre esos trabajos hay que destacar por su amplitud, el efectuado por Pike (2002a), sobre la base de 142 trabajos publicados entre los años 1973 y 2000. El propósito de este estudio es efectuar una amplia revisión de las investigaciones empíricas realizadas sobre la imagen de los destinos turísticos desde el año 1980 hasta comienzos del año 2012, con especial énfasis en la utilización de la técnica *Repertory Grid* frente a las demás técnicas empleadas. De esta forma, se pretende también contribuir a la difusión de la técnica señalada en el ámbito del turismo en general y especialmente, a su

aplicación en la imagen de los destinos turísticos con independencia de la mayor o menor amplitud que pueda asignarse a los destinos.

## **2. SOBRE LA TÉCNICA *REPERTORY GRID***

Esta técnica fue desarrollada por el psicólogo y matemático George Kelly (1955) a partir de la Teoría de los Constructos Personales, según la cuál las personas crean unos constructos personales para dar sentido a la realidad que les rodea. Estos constructos tienen una estructura bipolar, es decir, son hechos de dos polos opuestos como “sano” y “enfermo” en el constructor “salud”. Los constructos se crean y se modifican a través de las experiencias personales, existiendo así una revisión continúa de los mismos. Para Feixas y Cornejo (1996), dos de los autores más prolíferos en la utilización de esta técnica en España, la Teoría de los Constructos personales puede ser considerada predecesora del enfoque cognitivo que predomina en la psicología clínica actual.

La técnica *Repertory Grid* ha sido enriquecida y divulgada por diversos autores en diferentes manuales (Bannister y Mair, 1968; Adams-Webber, 1979; Feixas y Cornejo, 1996; Fransella y Bannister, 1977; Fransella, Bell y Bannister, 2004; Jankowicz, 1990), aunque hasta la mitad de los años sesenta del pasado siglo, fue utilizada principalmente en el ámbito de la psicología clínica (Ortega, 2005). Desde entonces, la técnica *Repertory Grid* se ha venido utilizando en diversos campos. En una revisión de trabajos científicos sobre la utilización de esta técnica realizada entre 1980 y 2010 (De Melo Rego, 2012) se identificaron 946 trabajos, de los que 366 correspondían al área de la psicología; 122 al área del marketing; 120 al área de la gestión empresarial, 99 al área de la educación; 72 al área de la medicina; 88 al área de las tecnologías de la información; 49 al área de la alimentación y 30 al área del turismo. (Véase cuadro 2.1)

### **a) Proceso y estructura de la técnica *Repertory Grid***

Inicialmente la técnica *Repertory Grid* fue diseñada para el estudio individual de las personas, teniendo un claro carácter cualitativo de tipo *test*, representando así, como señala Pike (2007), una alternativa a otros métodos cualitativos existentes, lo que no impidió a Kelly (1955) que éste utilizara un original tratamiento cuantitativo y manual de los datos de tipo factorial. Kelly (1955) y otros autores (Levy y Duggan, 1956; Bannister y Fransella, 1971) analizaron la utilización de la técnica para ser aplicada a pequeños grupos, en lugar de individualmente, así como para agregar los resultados en grupos. Actualmente la técnica suele utilizarse para análisis cualitativos y cuantitativos del tópico que se investigue: (Hall, 1983; Marsden y Littler, 2000; Ortega y Levy, 2007).

La técnica *Repertory Grid* no tiene una estructura rígida sino que admite diversas variaciones personales de los investigadores, ya sea en el diseño de la misma o bien a lo largo del proceso de su aplicación (Fransella, Bell y Bannister, 2004; Fromm, 2004; Jankowicz, 1990). El diseño y aplicación de la misma requiere las cuatro etapas siguientes: 1) Selección de los elementos. 2) Elicitación de los constructos. 3) Comparación de los constructos con los elementos. 4) Tratamiento y análisis de los datos.

Cuadro. 2.1 Ámbitos de aplicación de la técnica Repertory Grid entre 1980 y 2010

<b>Campo de estudio</b>	<b>Base de datos</b>	<b>Número de artículos</b>	<b>Campo de estudio</b>	<b>Base de datos</b>	<b>Número de artículos</b>
<b>Psicología</b>	EBSCO	87	<b>Marketing</b>	ProQuest	10
	InterScience	200		EBSCO	20
	Francis	47		InterScience	59
	Science Direct	32		Francis	1
	<b>Total</b>	<b>366</b>		Science Direct	6
<b>Educación</b>	ProQuest	5		FSTA Direct	26
	EBSCO	23		<b>Total</b>	<b>122</b>
	InterScience	51	<b>Tecnologías Información</b>	ProQuest	4
	Francis	6		EBSCO	6
	Science Direct	14		InterScience	45
	<b>Total</b>	<b>99</b>		Francis	5
<b>Medicina</b>	ProQuest	3		Science Direct	26
	EBSCO	17		Library & Information	2
	InterScience	36		<b>Total</b>	<b>88</b>
	Francis	2	<b>Alimentación</b>	InterScience	18
	Science Direct	14		Science Direct	7
	<b>Total</b>	<b>72</b>		FSTA Direct	24
<b>Gestión Empresarial</b>	ProQuest	44		<b>Total</b>	<b>49</b>
	EBSCO	41	<b>Turismo</b>	ProQuest	4
	InterScience	116		EBSCO	5
	Francis	8		InterScience	14
	Science Direct	15		Francis	3
	Library & Information	1		Science Direct	4
	<b>Total</b>	<b>120</b>		<b>Total</b>	<b>30</b>

Fuente: Elaboración propia

### 1. Selección de los elementos

Los elementos o atributos a utilizar dependen del tema a investigar, pudiendo estar representados por personas u objetos y por aspectos tangibles o intangibles. Estos elementos son en realidad los estímulos que se presentan a las personas a entrevistar para formar los constructos y conocer sus ideas y percepciones vinculadas a los mismos. La selección de los elementos suele ser realizada por el investigador o por algunas de las personas que participan en la investigación, (Adams-Weber, 1979; Easterby-Smith, Thorpe y Holman, 1996; Hankinson, 2004; Ortega, 2005; Pike, 2007). Incluso, se puede emplear un procedimiento mixto en su selección, de manera que los elementos sean definidos entre las personas a entrevistar y el investigador (Ackerberg y Prapasuwudi, 2009). Los elementos seleccionados tienen que servir adecuadamente al propósito de la investigación, debiendo ser relevantes para las personas a entrevistar y tener un buen grado de homogeneidad entre ellos (Easterby-Smith, 1980; Fransella, Bell y Bannister, 2004; Steward y Steward, 1990). El número de estímulos a emplear depende del propósito de la utilización de la propia técnica, pudiendo variar entre seis y treinta o cuarenta elementos (Ortega, 2005; Pike, 2007).

### 2. Elicitación de los constructos

Los constructos representan las percepciones de las personas en relación a los elementos de la investigación. Estos constructos son bipolares y por ello se diferencian de un concepto, ya que a través de

un constructo cada persona expresa lo que para ella puede representar unos determinados elementos. De esta forma, el polo opuesto de un constructo puede servir para identificar claramente el significado real del mismo, ya que un mismo constructo expresado por dos personas puede tener un significado diferente, pudiendo ser adecuadamente interpretado gracias al polo opuesto del mismo. De esta forma, la bipolaridad de los constructos permite analizar las interrelaciones existentes entre ellos.

La elicitación o formación de los constructos suele realizarse por las propias personas entrevistadas. De esta forma, los constructos son verbalizados con sus propias palabras (Feixas y Cornejo, 1996; Senior y Swailes, 2004). En determinadas investigaciones, las menos, los constructos son propuestos por el propio investigador, lo que restringe considerablemente las posibilidades de la técnica *Repertory Grid*. La formación de los constructos a partir de la primera vía indicada, puede llevarse a cabo mediante diferentes procedimientos, como son las triadas, diadas, en escalera y en pirámide.

El procedimiento utilizado preferentemente por Kelly (1955) y más empleado en general, son las triadas. Para ello se eligen al azar o de una manera secuencial, tres de los elementos seleccionados para la investigación, que pueden estar representados por tarjetas, por fotografías, por los propios objetos, etc. que se presentan a cada persona a entrevistar. De esta forma, se le indica que debe elegir dos de los tres elementos por algo importante que tengan en común y que les diferencie a la vez del tercer elemento. La verbalización de aquello que tienen en común los dos elementos agrupados, constituye el polo explícito del constructo. El polo opuesto del constructo o polo implícito puede ser también verbalizado por las personas entrevistadas al preguntarles por lo opuesto a la característica indicada o bien ser indicado por el investigador. Este procedimiento se repite con todas las triadas seleccionadas hasta que no pueden formarse ninguna más o hasta que se considera que no aparecen nuevos constructos.

Hay que tener en cuenta que una triada de elementos es diferente de otra, en la medida que al menos uno de sus elementos sea diferente de la primera. Por este motivo, el número de triadas que pueden formarse dependen del número de elementos seleccionados, de tal forma, que el número de triadas que pueden realizarse con “n” elementos viene dado por la expresión:  $n(n-1)(n-2)/6$ . De esta forma, con seis elementos pueden formarse 20 triadas; con siete elementos 35 triadas; con ocho elementos 56 triadas y con 20 elementos 1140 triadas. El elevado número de triadas que pueden formarse a medida que aumenta el número de elementos, hace que en las investigaciones en las que se utilizan ocho o más elementos, solamente pueden presentarse a las personas a entrevistar una pequeña parte de las triadas que pueden realizarse.

### 3. Comparación de los constructos con los elementos

Esta comparación se realiza a partir de la construcción de una tabla de doble entrada, *grid* o rejilla, de la que toma su nombre la técnica. La rejilla original de Kelly (1955), que suele ser la que más se utiliza, presenta en la parte superior los diferentes elementos seleccionados, estando los constructos en dos columnas, una a la izquierda de los elementos (El polo explícito de los constructos) y otra a la derecha de los elementos (El polo implícito de los constructos), tal y como se recoge en el cuadro 2.2 tomado de Ortega (2005).

**Cuadro 2.2 Ejemplo de rejilla para el estudio de la imagen  
de diversos destinos turísticos de España**

Constructos ✓	Costa del Sol	Costa Brava	Canarias	Islas Baleares	Alicante	Galicia	Constructos •
Mucho calor	✓	•	✓	•	•	•	Poco calor
Tranquilidad	•	•	•	✓	✓	✓	Poca tranquilidad
Mucha animación	•	•	•	✓	✓	✓	Poca animación
Buena comida	✓	✓	•	•	•	•	Comida normal
Solo mar y playa	•	✓	•	•	•	✓	Más cosas que mar y playa
Simpatía gente local	✓	•	•	•	•	•	Poca simpatía gente local
Playas muy bonitas	✓	✓	✓	✓	•	•	Playas poco bonitas
Facilidad para llegar	✓	✓	•	•	✓	✓	Dificultades para llegar
...							...

Fuente: Tomado de Ortega (2005)

La comparación de los constructos generados con los elementos de la rejilla se efectúa mediante una escala dicotómica, ordinal, o una escala de diversos intervalos (Fransella, Bell y Bannister, 2004; Jankowicz, 2003). La escala dicotómica fue la inicialmente utilizada por Kelly (1955) y es la que está aplicada en el cuadro 2.2, a través de los símbolos (✓ y •) que figuran en la misma. El símbolo “✓” representa que los elementos que lo tienen comparten el polo explícito del constructo correspondiente (columna de la izquierda), mientras que los elementos que tienen el símbolo “•” comparten el polo implícito del constructo correspondiente (columna de la derecha). La utilización de una escala de siete puntos por ejemplo, en la que el valor 1 correspondiera al polo explícito de cada constructo y el valor 7 al polo implícito de cada constructo, con un punto neutral de valor 4, daría lugar a la rejilla que se recoge en el cuadro 2.3.

**Cuadro 2.3 Ejemplo de rejilla para el estudio de la imagen  
de diversos destinos turísticos de España (escala de 1 a 7 puntos)**

Constructos	Costa del Sol	Costa Brava	Canarias	Islas Baleares	Alicante	Galicia	Constructos
Mucho calor	1	4	2	3	2	7	Poco calor
Tranquilidad	7	2	5	2	4	1	Poca tranquilidad
Mucha animación	1	3	4	5	4	7	Poca animación
Buena comida	3	2	5	5	3	1	Comida normal
Solo mar y playa	1	5	4	6	1	7	Más cosas que mar y playa
Simpatía gente local	1	6	3	7	4	5	Poca simpatía gente local
Playas muy bonitas	3	2	1	2	3	4	Playas poco bonitas
Facilidad para llegar	1	2	3	3	2	5	Dificultades para llegar
...							...

Fuente: Adaptado de Ortega (2005)

La comparación de los constructos con los elementos seleccionados puede ser realizada para cada constructo a medida que se genera cada uno de ellos, o bien, para todos ellos una vez que se han obtenido todos los constructos. Para algunos autores, la utilización de un procedimiento u otro puede dar lugar a ciertas diferencias en los resultados, principalmente en el campo de la psicología (Jankowicz, 2003; Steward y Steward, 1990)

#### 4. Tratamiento y análisis de los datos

Los constructos existentes en cada rejilla deben ser examinados convenientemente, agrupando aquellos que son idénticos o incluso, aquellos otros que sin ser exactamente iguales, podrían ser considerados como equivalentes. A partir de esta agrupación se puede proceder al tratamiento de los datos existentes en cada

rejilla o para el conjunto de las rejillas de las personas entrevistadas. El tratamiento de los datos puede descansar en la obtención de recuentos de frecuencias, análisis de contenido, análisis cluster, análisis de correspondencias y análisis de componentes principales. Con este fin pueden utilizarse parte de los programas de tratamiento de datos existentes en el mercado, como SPSS y SAS, o bien programas específicos para la propia técnica. Entre estos últimos se encuentran los de Slater (1977), Sewell, Mitterer, Adams-Weber y Cromwell (1991), Feixas y Cornejo (1966), Bell (1998, 2000,2003) y Grice (2002). Una relación actual de programas disponibles para Windows puede encontrarse en la web de Jörn Scheer (2010).

### 3. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

El método utilizado en esta investigación descansa en un estudio bibliométrico de los trabajos publicados en las revistas científicas entre 1980 y el primer trimestre de 2012 sobre la imagen de los destinos turísticos, a partir de las investigaciones previas realizadas por otros autores, como Pike (2002, 2007) y Gallarza, Gil y Calderón (2002). También se ha utilizado las bases de datos ABI INFORM y EBSCO contratadas por la Universidad Complutense de Madrid, utilizando como descriptor la expresión «*repertory grid*», «*destination image*», «*destination image & repertory grid*», «*tourism & repertory grid*»

El análisis realizado pone un énfasis especial en los trabajos realizados a partir de la técnica *Repertory Grid*, por sus posibilidades de aplicación en el ámbito turístico y en particular, en la determinación de la imagen de los destinos turísticos.

### 4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los resultados de la investigación y el análisis de los mismos se han dividido en los siguientes apartados: 1) Temporalidad de la producción. 2) Producción por autores. 3) Distribución por publicaciones. 4) Técnicas empleadas. 5) Utilización de la técnica *Repertory Grid*.

#### 1. Temporalidad de la producción

El periodo total de estudio abarca los años comprendidos entre 1980 y el primer trimestre del año 2012, que se ha dividido en periodos de cinco años para analizar mejor la evolución de los trabajos publicados sobre la imagen de los destinos turísticos.

El total de trabajos empíricos identificados es de 336. De la observación de los diferentes periodos se constata un importante crecimiento entre 1985-89 sobre el periodo anterior de 1980-84. El crecimiento de la producción continúa en los periodos sucesivos aunque de forma irregular. El último periodo 2010-12 no abarca los cinco años, aunque los datos de los dos años y el trimestre considerado permiten predecir con seguridad un crecimiento importante para el periodo 2010-14 sobre el periodo anterior.



Cuadro 4.1 Evolución de la producción de trabajos empíricos sobre la imagen de los destinos turísticos entre 1980 y 2012

Periodo considerado	Número de trabajos	% de incremento s/periodo anterior
1980-84	5	-
1985-89	22	340,0
1990-94	30	36,3
1995-99	51	70,0
2000-04	67	31,3
2005-09	96	43,2
2010-12*	65	-
Total	336	

\* Primer trimestre

El crecimiento observado a lo largo del tiempo en la producción de trabajos sobre la imagen de los destinos turísticos, confirma lo apuntado por diversos autores (Bigné, Sánchez y Sánchez, 2001; Lee y Lockshin, 2011; Prayag, 2010; Konecnik Ruzzier, 2010; Nicoletta y Servidio, 2012), que se trata de un tópico de gran interés en el área de la investigación científica.

## 2. Producción por autores

Los 336 trabajos empíricos producidos a lo largo del periodo estudiado han sido firmados por 672 autores, lo que representa una media de 2 autores por trabajo. El 44,6% de los trabajos están firmados por dos autores, mientras que los trabajos firmados por un solo autor alcanza al 30,4% de los mismos. Los trabajos firmados por tres autores son el 20,8% y los firmados por cuatro y cinco autores son en total del 4,2%.

Cuadro 4.2 Distribución por número de autores de los trabajos empíricos realizados sobre la imagen de los destinos turísticos entre 1980 y 2012\*

Nº de autores	Nº de trabajos	% de trabajos	Total firmantes
1	102	30,4	102
2	150	44,6	300
3	70	20,8	210
4	9	2,7	36
5	5	1,5	25
Total	336	100,0	672

\* Primer trimestre

El autor con mayor número de trabajos empíricos sobre la imagen de los destinos turísticos en el periodo estudiado es Steve Pike con siete artículos, seguido de Seong-Seop Kim con seis trabajos. Tres autores aparecen con cinco trabajos, otros tres autores con cuatro trabajos y once autores con tres trabajos cada uno. Los demás autores participan solamente en uno o dos trabajos.

La concentración de los trabajos publicados por los diez autores más prolíferos es del 12,2%, porcentaje que resulta bastante inferior a la concentración que presenta el trabajo de Ortega (2005) sobre la utilización de la técnica *Repertory Grid* en el ámbito empresarial y el turismo (21,4%)

Cuadro 4.3 Autores con mayor número de trabajos empíricos sobre la imagen de los destinos turísticos entre 1980 y 2012\*

Autores	Nº de artículos	Porcentaje
Pike, S.	7	2,08
Kim, S.	6	1,78
Kozak, M.	5	1,48
Gartner, W.	5	1,48
Bologlu, S.	5	1,48
Wang, Y.	4	1,19
Stepchenkova, S.	4	1,19
Lee, H.	4	1,19
Prayag, G.	3	0,90
Chen, C.	3	0,90
Hankinson, G.	3	0,90
McCartney, G.	3	0,90
Konocnik, M.	3	0,90
Hallmann, K.	3	0,90
Breuer, C.	3	0,90
Tasci, D.A.	3	0,90
Yuksel, A.	3	0,90
Chon, K.	3	0,90
Walmsley, D.	3	0,90

\* Primer trimestre

### 3. Distribución por publicaciones

El total de revistas científicas utilizadas en la publicación de trabajos sobre la imagen de los destinos turísticos en el periodo considerado es de 85. La revista con mayor número de artículos, 63, es *Journal of Travel Research*, seguida de *Tourism Management* con 42, *Journal of Travel and Tourism Management* con 32, *Annals of Tourism Research* con 29 y *Journal of Vacation Marketing* con 24.

Cuadro 4.4 Distribución por revistas de los artículos empíricos publicados sobre la imagen de los destinos turísticos entre 1980 y 2012\*

Revistas	Nº de artículos	Porcentaje
Journal of Travel Research	63	18,8
Tourism Management	42	12,5
Journal of Travel and Tourism Marketing	32	9,6
Annals of Tourism Research	29	8,6
Journal of Vacation Marketing	24	7,1
International Journal of Tourism Research	13	3,9
Journal of Hospitality & Tourism Research	12	3,6
Tourism Analysis	7	2,1
Economic and Business Review	6	1,8
Journal of Sport & Tourism	5	1,5
Tourism Review of Aiest	4	1,2
International Journal of Contemporary Hospitality Management	4	1,2
Leisure Studies	3	0,9
European Journal of Marketing	3	0,9
Australian Geographer	3	0,9
Annals of the University of Oradea	3	0,9
International Journal of Culture, Tourism & Hospitality Research	3	0,9
Journal of Brand Management	3	0,9
Tourism Economics	3	0,9
Trzite Market	3	0,9

Journal of International Consumer Research	2	0,6
Journal of Service Marketing	2	0,6
Current Issues in Tourism	2	0,6
Journal of Sustainable Tourism	2	0,6
Marketing Intelligence & Planning	2	0,6
The International Business & Economics Research Journal	2	0,6
Otras 59 revistas	59	17,6
Total	336	100,0

\* Primer trimestre

Las cinco primeras revistas concentran el 56,6% de los artículos publicados, alcanzando el 69,3% las diez primeras revistas, el 74,4% las quince primeras y el 78,9% las veinte primeras. Esta concentración de los artículos publicados sobre la imagen de los destinos turísticos es mucho mayor que la revisión de trabajos realizada por Luque, Rodríguez y Camacho (1999) sobre la utilización de la técnica *Repertory Grid* y que la efectuada por Ortega (2005) sobre la utilización de la técnica *Repertory Grid* en el ámbito empresarial y el turismo.

Cuadro 4.5 Concentración por número de revistas de los artículos empíricos publicados sobre la imagen de los destinos turísticos entre 1980 y 2012\*

Nº de revistas	Nº de trabajos	Porcentaje
1	63	18,8
5	190	56,6
10	233	69,3
15	250	74,4
20	265	78,9
Total	336	100,0

\* Primer trimestre

#### 4. Técnicas empleadas

De los 336 trabajos empíricos producidos sobre la imagen de los destinos turísticos en el periodo estudiado, el 59,5% de los mismos han sido tratados a través de técnicas cuantitativas, mientras que el 26,2% lo han sido a través de técnicas cualitativas. El 14,3% de los trabajos incluyen simultáneamente ambos tipos de técnicas. El predominio del enfoque positivista (Cuantitativo o estructurado) frente al enfoque fenomenológico o conductivista (cualitativo) es claramente manifiesto en la investigación de la imagen de los destinos turísticos, como anteriormente pusieron de manifiesto otros autores (Molina, 2005; O'Leary y Deegan, 2005; Ortega, Rodríguez y Christofle, 2012; Pike, 2002a, Reley y Love, 2000).

Cuadro 4.6 Técnicas empleadas en los trabajos empíricos sobre la imagen de los destinos turísticos entre 1980 y 2012\*

Tipo de técnicas	Nº de trabajos	% de trabajos
Cuantitativas	200	59,5
Cualitativas	88	26,2
Mixtas (Cuali+Cuanti)	48	14,3
Total	336	100,0

\* Primer trimestre

Es conveniente señalar que aunque existe un claro predominio en la investigación de la utilización de las técnicas cuantitativas, ambas técnicas pueden ser perfectamente combinadas en la investigación de cualquier tema o área (Shah y Corley, 2006). Cuando la investigación descansa solamente en enfoques cuantitativos se pueden perder aspectos importantes sobre el tema investigado (Lehmann, 2003). Por este motivo, en diferentes áreas hace ya algún tiempo que algunos investigadores abogan por la utilización de ambos tipos de técnicas (Chandy, Golder y Tellis, 2004; Christensen, 2006; Echambadi, Campbell y Agarwal, 2006; Edmondson y Mcmanus, 2007; Shah y Corley, 2006).

En el ámbito de la investigación de la imagen de los destinos turísticos, también algunos autores como Echtner y Ritchie (1991), O’Leary y Deegan (2005) sugieren emplear técnicas cualitativas para la generación de atributos de la imagen de los destinos. Hankinson (2004) y Pike (2007), proponen específicamente la utilización de la técnica *Repertory Grid*, a la que dedicamos el punto siguiente para analizar las investigaciones realizadas con la misma en el turismo en general y en la imagen de los destinos en particular.

##### 5. Utilización de la técnica *Repertory Grid*

En el periodo 1980-2010 esta técnica fue empleada en al menos 946 trabajos relacionados con la psicología, la educación, la medicina, la gestión empresarial, el marketing, las tecnologías de la información, la alimentación y el turismo. De estos trabajos, 30 corresponden al área del turismo, lo que representa solamente el 3,2% de todos los trabajos identificados.

Cuadro 4.7 Utilización de la técnica *Repertory Grid* en diversos campos de estudio entre 1980 y 2010

<b>Campo de estudio</b>	<b>Nº de trabajos</b>	<b>Porcentaje</b>
Psicología	366	38,7
Educación	99	10,5
Medicina	72	7,6
Gestión empresarial	120	12,7
Marketing	122	12,9
Tecnologías de la información	88	9,3
Alimentación	49	5,2
Turismo	30	3,2
Total	946	100,0

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse en el cuadro 4.7 la técnica *Repertory Grid* ha sido muy poco utilizada en el ámbito del turismo en comparación con otros campos de estudio, aspecto éste que ponen de manifiesto diversos autores (Hankinson, 2004; Pike, 2007). En el cuadro 4.8 se relacionan los 30 trabajos realizados con esta técnica en el ámbito del turismo en el periodo señalado, estando sombreados en el mismo los trabajos en los que se ha empleado la técnica *Repertory Grid* que son objeto de análisis a continuación.

Cuadro 4.8 Utilización de la técnica *Repertory Grid*  
en el ámbito del turismo entre 1980 y 2010

Titulo	Autor	Revista
Perceived changes in holiday destination	Pearce (1982)	Annals of Tourism Research
The identification of factors influencing destination choice: an application of the <i>repertory grid</i> methodology	Timmermans, Heuden y Westerveld (1982)	Transportation
Quantitative methods for investigating the variables that underlie preference for landscape scenes	Pearce y Waters (1983)	The Canadian Geographer
Personal construction of holiday snapshots	Botterill y Crompton (1987)	Annals of Tourism Research
Effect of brochure designs on tourist on tourist perceptions of holidays	Andrew (1987)	International Journal of Consumer Studies
Sociopsychological methods for tourism research	Potter y Coshall (1988)	Annals of Tourism Research
Humanistic tourism? Personal constructions of a tourist: Sam visits Japan	Botterill (1989)	Leisure studies
A <i>repertory grid</i> analysis of Austria's image: an empirical assessment	Embacher y Buttle (1989)	Journal of Travel Research
Appraisive images of tourist areas: application of personal constructs	Walmsley y Jenkins (1993)	Australian Geographer
Evaluation of the <i>repertory grid</i> method in studies of locals' attitude toward tourism development processes	Mansfeld y Ginosar (1994)	Environment and Planning
You're stopping me from giving quality service	Sparrow y Wood (1994)	International Journal of Contemporary Hospitality Management
Evaluative constructions of domestic tourism place	Young (1995)	Australian Geographical Studies
Some considerations of impacts of attitude to foreigners by hotel workers in the Peoples Republic of China on hospitality service	Huyton y Ingold (1997)	Progress in Tourism and Hospitality Research
Evaluative Images and Tourism: The Use of Personal Constructs to Describe the Structure of Destination Images	Walmsley y Young (1998)	Journal of travel Research
Measurement of tourist's images: the <i>repertory grid</i> approach	Coshall (2000)	Journal of Travel Research
(Rethinking) the measurement of service quality in museums and galleries.	Caldwell (2002)	International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing
Measuring brand associations for museums and galleries using <i>repertory grid</i> analysis	Caldwell y Coshall (2002)	Management Decision
Synergies in destination image management. A case study and conceptualization	Laws, Scott y Parfitt (2002)	The International Journal of Tourism Research
ToMA as Measure Competitive Advantage for Short Break Holiday Destinations	Pike (2002b)	Journal of Tourism Studies
The use of <i>repertory grid</i> analysis to elicit salient short-break Holiday destination attributes in New Zealand	Pike (2003)	Journal of Travel Research
The boundaries of nature tourism	Waitt, Lane y Head (2003)	Annals of Tourism Research
Consuming the city: conceptualizing and researching urban tourism knowledge	Selby (2004)	Tourism Geographies
<i>Repertory grid</i> analysis: an application to the measurement of destination images	Hankinson (2004a)	International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing
The brand images of tourism destinations: a study of the saliency of organic images	Hankinson (2004b)	The Journal of Product and Brand Management
Destination brand images: a business tourism perspective	Hankinson (2005)	The Journal of Service Marketing
Visitors' evaluation of an historical district: <i>repertory grid</i> analysis and laddering analysis with photographs	Naoi et al. (2006)	Tourism Management

Towards a theory of visitors' evaluation of historical districts as tourism destination: frameworks and methods	Naoi et al. (2007)	Journal of Business Research
Current issues in method and practice repertory grid analysis in ground settings to elicit salient destination image attributes	Pike (2007)	Current Issues in Tourism
International business tourism: destination Dublin or Destination Ireland?	Byrne y Skinner (2007)	Journal of Travel & Tourism Marketing
The role of the museum shop in extending the visitor experience	Kent (2010)	International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing

Nota. Los trabajos sombreados se han realizado utilizando la técnica *Repertory Grid*

De los 30 trabajos en los que se ha empleado la técnica *Repertory Grid* en el ámbito del turismo, la mayoría de ellos, 17, corresponden al estudio de la imagen de los destinos turísticos. En diez de esos trabajos la técnica *Repertory Grid* se ha aplicado en combinación con alguna otra técnica, mientras que en siete de los trabajos se ha utilizado exclusivamente la técnica *Repertory Grid*. En dos de los trabajos la técnica ha sido aplicada exclusivamente a una sola persona, mientras que en los demás trabajos se han utilizado pequeños grupos de personas entre 20 y 91, con una media de 36 personas para el conjunto de los trabajos de grupos.

El alcance de los destinos estudiados en el conjunto de los trabajos realizados con la técnica *Repertory Grid*, tienen preferentemente una dimensión referida a localidades y atractivos turísticos existentes en un área determinada de un país, 9 trabajos; el estudio de los aspectos globales de la imagen de un país es acometido en 3 trabajos; la imagen comparativa de varios países es abordada en 2 trabajos; la imagen de una ciudad o localidad específica es tratada en 2 trabajos y finalmente, uno de los trabajos estudia simultáneamente la imagen de varios destinos existentes en un país y de varios destinos internacionales. Los lugares geográficos tomados como referencia en los trabajos corresponden 6 a Australia; 3 al Reino Unido; 2 a Japón, 1 a Grecia, Marruecos y países mediterráneos; 1 a México, 1 a Austria, Suiza y otros países europeos, 1 a Nueva Zelanda; 1 a Alemania y 1 a Irlanda.

El número de estímulos o elementos utilizados en los trabajos realizados oscila entre 7 y 58, con una media de 18. Estos elementos se han utilizado preferentemente en forma de triadas, en 11 trabajos, sin que en los demás trabajos se refleje claramente el procedimiento empleado. En la mayoría de los trabajos, 11 de ellos, los elementos fueron establecidos por el investigador; en dos trabajos fueron aportados por los participantes; en un trabajo procedían de un estudio previo; en un trabajo fueron suministrados por un organismo regional de turismo y en los dos trabajos restantes no se señala específicamente la procedencia de los elementos utilizados.

La elicitación o formación de los constructos se efectuó preferentemente, en 14 trabajos, a través de las propias personas entrevistadas, procedimiento que suele ser habitual al aplicar la técnica *Repertory Grid* en otros campos (Feixas y Cornejo; Senior y Swailes, 2004). El número de constructos formados en estos trabajos varía entre 13 y 1755, siendo el promedio de 317 y el valor mediano de 264 constructos. Cuando los constructos generados fueron superiores a 20, los constructos tuvieron una reducción posterior a través de diferentes procedimientos, obteniéndose en promedio 13 constructos finales.

Cuadro 4.9 Resumen de las características principales analizadas en los trabajos que han utilizado la técnica *Repertory Grid*

Aspectos	Descripción
Alcance de los destinos contemplados	Preferentemente localidades y atractivos turísticos existentes en un área de un determinado país.
Lugares geográficos de referencia	Australia 6; Reino Unido 3; Japón 2; Grecia, Marruecos y países mediterráneos 1; México 1; Austria, Suiza y otros países europeos 1; Nueva Zelanda 1; Alemania 1; Irlanda 1.
Alcance de la aplicación de la técnica	Mayoritariamente en combinación con otra técnica, (10 trabajos) y exclusivamente en 7 trabajos.
Tamaño de la muestra de personas	Pequeños grupos, entre 20-91 personas, con una media de 36 personas
Selección y número de elementos utilizados	Preferentemente establecidos por el investigador. El número de elementos varía entre 7 y 58, con valor medio de 18.
Elicitación y número de constructos formados	Preferentemente a través de las propias personas entrevistadas. El número de constructos generados tiene un valor medio de 317 y mediano de 264.

## 5. CONCLUSIONES

La revisión de 336 trabajos sobre la imagen de los destinos turísticos en el periodo de 1980 al primer trimestre de 2012, muestra un crecimiento importante de los trabajos publicados a lo largo del tiempo, confirmando así que se trata de un tema de gran interés en el área de la investigación científica del turismo (Lee y Lockshin, 2010; Prayag, 2010; Nicoleta y Servidio 2012).

A pesar de existir más de un centenar de publicaciones científicas relacionadas con las actividades turísticas, algo más de la mitad de los artículos publicados sobre la imagen de los destinos se concentra en solamente cinco revistas, reuniendo las diez primeras revistas casi las tres cuartas partes de todos los artículos identificados sobre la imagen de los destinos turísticos.

La mayor parte de los trabajos, las tres cuartas partes de los mismos, están firmados por uno y dos autores, existiendo trabajos con tres, cuatro y cinco autores. Los autores más prolíferos son Steve Pike y Seong-Seop Kim, con siete y seis respectivamente.

Desde la perspectiva de las técnicas empleadas se observa un claro predominio de la investigación positivista, estructurada o cuantitativa (59,5%) frente a la investigación conductivista o cualitativa, que no obstante representa el 26,2% de los trabajos. Además, ambos enfoques investigadores son compartidos en el 14,3% de los trabajos. Estas cifras muestran un descenso relativo en la utilización de la investigación cuantitativa sobre la cualitativa, al comparar las mismas con los datos de la revisión de Pike (2002a) realizada entre 1973 y 2000 sobre 143 trabajos de la imagen de los destinos turísticos. Este autor encontró que el 79,7% de trabajos empleaban un enfoque cuantitativo.

La revisión realizada contempla también la utilización de la técnica *Repertory Grid*, que ofrece grandes posibilidades para su aplicación en el ámbito del turismo en general y particularmente en la determinación de la imagen de los destinos. Sin embargo, de la revisión efectuada sobre la utilización de esta técnica en diversas áreas 946 trabajos, solamente una pequeña parte de los mismos, el 3,2% corresponden a las actividades turísticas (30 trabajos). La mayor parte de estos trabajos, el 65,3%, 17 trabajos, son sobre la utilización de la técnica *Repertory Grid* en la determinación de la imagen de los destinos. El análisis de estos trabajos muestra que la técnica se ha

empleado mayoritariamente en combinación con otras técnicas, principalmente entrevistas personales en profundidad y técnicas grupales. Los resultados de algunos de los trabajos en los que se compara el estudio de la imagen con otras técnicas muestran la potencialidad y utilidad de esta técnica (Hankinson, 2003; Pike, 2003; Walmsley y Jenkins, 1993).

Aunque la técnica *Repertory Grid* inicialmente se utilizó en un nivel individual, la agregación de múltiples rejillas de diferentes personas permite realizar un tratamiento y análisis global de los datos. La técnica es especialmente útil en la investigación exploratoria, para identificar conceptos y significados del mundo real de las personas. (Rogers y Ryals, 2007). En este sentido, la identificación de conceptos permite diseñar de manera más completa los atributos que posteriormente se desean evaluar a través de cuestionarios. El principal inconveniente de la técnica es el consumo de tiempo que requiere para su aplicación y la monotonía que para algunas personas puede representar en algunas áreas. Sin embargo, las características que concurren en las actividades turísticas y la implicación de la mayoría de las personas en las mismas, favorecen considerablemente su utilización en el ámbito del turismo. Hasta el momento presente es una técnica poco conocida, por lo que con este trabajo se contribuye a la difusión de la misma.

## REFERENCIAS

- ACKERBERG, I. Y PRAPASUWUDI, PP. (2009) *An analysis of volunteer tourism using the repertory grid technique*. (Tesis de Master) University of Gothenburg, Suecia.
- ADAMS-WEBBER, J.R. (1979) *Personal construct theory: Concepts and applications*. John Wiley & Sons, N.York.
- ANDREW, C. (1987) Effect of brochure designs on tourist perceptions of holidays. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, vol. 11, Issue 4, pp.359-368.
- BAGGIO, R. (2008) Symptoms of complexity in a tourism system. *Tourism Analysis*, vol. 13 n° 1, pp.1-20.
- BAGGIO, R. SCOTT, N. Y COOPER, C. (2010) Improving tourism destination governance: a complexity science approach. *Tourism Review of AIEST*, tomo 65, n° 4, pp.51-69.
- BALOGU, S.; McCLEARY, K. W. (1999) Model of destination image. *Annals of Tourism Research*, vol. 26, pp. 868-897.
- BANNISTER, D. Y MAIR, J.M.M. (1968) *The evaluation of personal constructs*, Academic Press, Londres.
- BANNISTER, D. Y FRANSELLA, F., (1971) *Inquiring Man: The Theory of Personal Constructs*. Pinguin, Harmondsworth, Middlesex.
- BARRADO, D.A. (2004) El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, n° 160, pp.45-68.
- BEAUMONT, N. Y DREDGE, D. (2010) Local Tourism governance: a comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 18, n° 1, pp.1-22.
- BELL, R.C. (1998) *GRIDSTAT: a Program for Analysing the Data of Repertory Grid* (computer software). Melbourne: R.C. Bell.
- BELL, R.C. (2000) *RUNGRID: a Program for the Collection of Repertory Grid Data* (computer software). Melbourne: R.C. Bell.
- BELL, R.C. (2003) *IMPSTAT: a Program for Analysing the Data of an Implications Grid* (computer software). Melbourne: R.C. Bell.
- BIGNÉ, J.E., SÁNCHEZ, M.I. Y SÁNCHEZ, J. (2001) Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), pp. 607-616.
- BORNHORST, T., BRENT RITCHIE, J.R. Y SHEEHAN, L. (2010) Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspective. *Tourism Management*, 31, pp.572-589.
- BOTTERILL, T. D. (1989) Humanistic tourism? Personal constructions of a tourism: Sam visits Japan. *Leisure Studies*, vol. 8, pp. 281-293.
- BOTTERILL, T.D. Y CROMPTON, J.L. (1987) Personal constructions of holiday snapshots. *Annals of Tourism Research*, vol. 14, pp. 152-156.



- BREUKEL, A. Y GO F.M. (2009) Knowledge-ledge-based network participation in destination an even marketing: a hospitality scenario analysis. *Tourism Management*, vol.30, nº 2, pp.184-193.
- BYRNE, P. Y SKINNER, H. (2007) International business tourism: destination Dublin or Destination Ireland?, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 22, pp. 55-65.
- CALDWELL, N. Y COSHALL, J. (2002) Measuring Grand associations for museums and galleries using *repertory grid* analysis. *Management Decision*, vol. 40, Issue 4, pp.383-392.
- CHANDY, R., GOLDER, P. Y TELLIS G. (2004) Historical research in marketing strategy: methods, myths and promise. In Moorman, C. and Lehmann, D. (Eds), *Cools Tools for Assessing Marketing Strategy Performance*. Marketing Science Institute, Boston, MA.
- CHON, K. (1990) The Role of Destination Image in Tourism: A Review and Discussion, *The Tourist Review*, 2, pp.2-9.
- CHRISTENSEN, C.M. (2006) The ongoing process of building a theory of disruption. *The Journal of Product Innovation Management*, 23, pp.39-55.
- COSHALL, J. T. (2000) Measurement of tourist's images: the repertory grid approach. *Journal of Travel Research*, vol. 39, pp. 85-89.
- DE MELO REGO, C. (2012) Utilización de la técnica repertory grid en la determinación de la imagen. Aplicación a los destinos turísticos.(Investigación en curso).
- EASTERBY-SMITH, M. (1980) The design, analysis and interpretation of repertory grid. *International Journal of Man-Machine Studies*, vol. 13, issue 1, pp.3-24.
- EASTERBY-SMITH, M., THORPE, R. Y HOLMAN, D. (1996) Using repertory grids in management. *Journal of European Industrial Training*, vol. 20, n. 3, pp. 3-30.
- ECHAMBADI, R., CAMPBELL, B. Y AGARWAL, R. (2006) Encouraging Best Practice in Quantitative Management Research: An Incomplete List of Opportunities. *Journal of Management Studies*, 43, pp.1801-1820.
- ECHTNER, C.M. Y J. RITCHIE (1993) The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 1, pp.3-13.
- EDMONDSON, A.C. Y MCMANUS, S.E. (2007) Methodological fit in management field research. *Academy of Management Review*, 32, pp.1155-1179.
- EMBACHER, J. Y BUTTLER, F. (1989) A repertory grid analysis of Austria's image as a summer vacation destination. *Journal of Travel Research*, vol. 28, pp. 3-7.
- FEIXAS, G. Y CORNEJO, J.M. (1996) *Manual de la técnica de la rejilla mediante el programa RECORD v.2.2*. Paidós, Barcelona.
- FRANSELLA, F. Y BANNISTER, D. (1977) *A Manual for Repertory Grid Technique*. Academic Press, London.
- FRANSELLA, F., BELL, R. Y BANNISTER, D. (2004) *A Manual for Repertory Grid Technique*, 2nd ed., John Wiley & Sons Ltd., England.
- FROMM, M. (2004) *The repertory grid interview*. Waxmann Munster, New York.
- GALLARZA, M. G., GIL, I. S. Y CALDERÓN, G. H. (2002) Destination image: towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, vol. 29, n. 1, pp. 56-76.
- GRICE, J.W. (2002) Idiogrid: Software for the management y analysis of repertory grids. *Behavior Research Methods*, vol. 34, nº 3, pp. 338-341.
- HALL, E. (1983) Patterns of meanings in guided fantasy. *Journal of Mental Imagery*, Vol.7, nº.1, pp. 35-50.
- HANKINSON, G. (2004) Repertory grid analysis: an application to the measurement of destination images. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, vol. 9, n. 2, pp. 145-153.
- HANKINSON, G. (2005) Destination brand images: a business tourism perspective. *The Journal of Service Marketing*, vol. 19, pp. 24-32.
- HUNT, J. (1975) Image as a Factor in Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 13 (3), pp.1-7.
- HUYTON, J.R. Y INGOLD, I. (1997) Some considerations of impacts of attitude to foreigners by hotel workers in the Peoples Republic of China on hospitality service. *Progress in Tourism and Hospitality Research*. vol. 3, pp. 107-117.
- JANKOWICZ, D. (1990) Applications of personal construct psychology in business practice. *Advances in Personal Construct Psychology*, Vol.1, pp. 257-287.
- JANKOWICZ, D. (2003) *The easy guide to repertory grid*. John Wiley & Sons Ltd, England.
- KELLY, G.A. (1955) *The psychology of personal constructs*. Norton and Company, N. York.

- KENT, T. (2010) The role of the museum shop in extending the visitor experience. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, vol. 15, pp. 67-77.
- KONEČNIK RUZZIER, M. (2010) Extending the tourism destination image concept into customer-based brand equity for a tourism destination. *Ekonomika Istraživanja*, vol.23. n.3, pp.24-42.
- LAWS, E., SCOTT, N. Y PARFITT, N. (2002) Synergies in destination image management. A case study and conceptualization. *The international Journal of Tourism Research*, 4(1), pp. 39-55.
- LEE, R. Y LOCKSHIN, L. (2011) Halo effects of tourists' destination image on domestic product perceptions. *Australasian Marketing Journal*, 19, pp.7-13.
- LEHMANN, D. (2003) *The Relevance of Rigor*. Report N°. 03-105. Marketing Science Institute, Cambridge, MA.
- LEVY, L.H. Y DUGGAN, R.D. (1956) A factorial study of personal constructs. *Journal of Consulting Psychology*, 20 (1), pp. 53-57.
- LI, X. Y VOLGELSONG, H. (2006) Comparing methods of measuring image change: A case study of small-scale community festival. *Tourism Analysis*, vol. 10, pp.349-360.
- LUQUE, A., RODRÍGUEZ, J.M. Y CAMACHO (1999) El uso de la rejilla: revisión. *Anales de Psiquiatría*, Vol. 15, nº.6, pp. 246-252.
- MANSFELD, Y. Y GINOSAR, O. (1994) Evaluation of the *repertory grid* method in studies of locals' attitude toward tourism development processes. *Environment and Planning A*, vol. 26, pp. 957-972.
- MARSDEN, D. Y LITTLER, D. (2000) Exploring consumer product construct with the repertory grid technique. *Qualitative Market Research*, Vol.3, nº.3, pp. 127-143.
- MOLINA, A. (2005) *Análisis de la imagen y utilidad generalizada por los folletos de información turística: Evaluación e influencia sobre la elección de un destino turístico*. Toledo: Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha.
- MOLINA, A. GÓMEZ, M. Y MARTIN-CONSUEGRA, D. (2010) Tourism marketing informations and destination image Management. *African Journal of Business Management*, 4, pp. 722-728.
- NADEAU, J., HESLOP, L., O'REILLY, N. Y LUK, P. (2008) Destination in a Country Image Context. *Annals of Tourism Research*, vol.35, nº 1, pp.84-106.
- NAOI, T., AIREY, D. Y LIJIM, S. (2007) Towards a theory of visitors' evaluation of historical districts as tourism destinations: frameworks and methods. *Journal of Business Research*, vol. 60, Issue 4, pp.396-400.
- NAOI, T., AIREY, D., IJIMA, S. Y NIINIMEN, O. (2006) Visitors' evaluation of an historical district: repertory grid analysis and laddering analysis with photographs. *Tourism Management*, vol. 27, pp. 420-436.
- NICOLETTA, R. Y SERVIDIO, R. (2012) Tourists' opinions and their selection of tourism destination images: An effective and motivational evaluation. *Tourism Management Perspectives*, 4, pp.19-27.
- O'LEARY, S., Y J. DEEGAN (2005) Ireland's Image as a Tourism Destination in France: Attribute Importance and Performance. *Journal of Travel Research* ,Vol.43, Nº 3, pp.247-256.
- ORTEGA, E. (1981) *La dirección de marketing*. Ediciones Esic, Madrid, p. 643.
- ORTEGA, E. (2005) La utilización de la técnica *Repertory Grid* en el ámbito empresarial y el turismo. *Best Papers Proceedings 2005*, XIV International Conference Aedem, 8-10 septiembre, Morelia, (México). AEDEM, Vigo, vol. 1. pp. 307-316.
- ORTEGA, E. Y LEVY, J-P. (2007) Propuesta para la investigación en management. El método EPI. En, Janusz Teczke, H. (ed.), *Business in Collaborative World*, XVI International Conference of the European Academy of Management and Business Economics, Cracovia, pp. 303-316.
- ORTEGA, E., RODRÍGUEZ, B. Y CHRISTOFLE, S. (2012) The PIE method applied to the European capitals image. *Cuadernos de Turismo*, 29, pp.161-182.
- PEARCE, P.L. (1982) Perceived changes in holiday destination. *Annals of Tourism Research*, vol. 9, pp.145-164.
- PEARCE, S.R. Y WATERS, N.M. (1983) Quantitative methods for investigating the variables that underlie preference for landscape scenes. *The Canadian Geographer*, vol. 27, pp. 328-344.
- PIKE, S. (2002a) Destination image analysis-a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23,pp.541-549.
- PIKE, S. (2002b) ToMA as a Measure of Competitive Advantage for Short Break Holiday Destinations. *Journal of Tourism Studies*, 13(1), pp. 9-19
- PIKE, S. (2003) The use of repertory grid analysis to elicit salient short-break Holiday destination attributes in New Zealand. *Journal of Travel Research*, vol. 41, pp. 315-319.

- PIKE, S. (2007) Current issues in method and practice repertory grid analysis in group settings to elicit salient destination image attributes. *Current Issues in Tourism*, vol. 10, n. 4, pp. 378-392.
- POTTER, R.B. Y COSHALL, J. (1998) Sociopsychological methods for tourism research. *Annals of Tourism Research*, vol. 15, pp. 63-75.
- PRAYAG, G. (2010) Images and pull factors of a tourism destination: A factor-cluster segmentation analysis. *Tourism Analysis*, 15, pp.1-14.
- RILEY, R.W. Y L.L. LOVE (2000) The State of Quality Tourism Research. *Annals of Tourism Research* 27 (1), pp.164-187.
- ROGER, B. Y RYALS, L. (2007) Using the repertory grid to access the underlying realities in key account relationships. *International Journal of Marketing Research*, vol. 49, issues, pp. 595-612.
- SAN MARTIN, H. Y RODRIGUEZ DEL BOSQUE, I.A. (2008) Exploring the cognitive-Affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation. *Tourism Management*, 29, pp.263-277.
- SCHEER, J. (2010) Computer programmes for the analysis of Repertory Grid, disponible en: <<http://www.pcp-net.de/info/comp-prog.html>>, (acceso realizado el 15/07/2012).
- SELBY, M. (2004) Consumer the city: conceptualizing and researching urban tourist knowledge. *Tourism Geographies*, vol. 6, Issue 2, pp. 186-207.
- SENIOR, B. Y SWAILES, S. (2004) The dimensions of Management team performance: A repertory grid study. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53, 3/4, pp. 317-333.
- SEWELL, K.M., MITTERER, J., ADAMS-WEBBER, J. Y CROMWELL, R.L. (1992) OMNIGRID-PC a new development in computerized repertory grids. *International Journal of Personal Construct Psychology*, 4, pp.175-192.
- SHAH, S. K. Y CORLEY, K.G. (2006) Building Better Theory by Bridging the Quantitative-Qualitative Divide, *Journal of Management Studies*, 43 (8), PP.1821-1835.
- SLATER, P. (1977) *Explorations of Interpersonal Space*, volúmenes 1 y 2. John Wiley & Sons, Londres.
- SPARROW, J. Y WOOD, G. (1994) You're stopping me from giving quality service. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 6, pp. 61-67.
- STEWART, V. Y STEWART, A. (1990) *Business applications of repertory grid*. McGraw-Hill., London.
- TIMMERMANS, H., HEUDEN, R. Y WESTERVELD, H. (1982) The identification of factors influencing destination choice: An application of the repertory grid methodology. *Transportation*, vol. 11,nº 2, pp.189-203
- TIMUR, S. Y GETZ, D. (2008) A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 20. nº 4, pp.445-461.
- WAIT, G.R., LANE, R. Y HEAD, L.M. (2003) The boundaries of nature tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 30, pp. 523-545.
- WALMSLEY, D. J. Y JENKINS, J. M. (1993) Appraisive images of tourist areas: application of personal construct. *Australian Geographer*, vol. 27, pp. 249-269.
- WALMSLEY, D. J. Y YOUNG, M. (1998) Evaluative images and tourism: the use of personal constructs to describe the structure of destination images. *Journal of Travel Research*, vol. 36, pp. 65-69.
- YANG, J., HE, J. Y GU, Y. (2012) The implicit measurement of destinations image: The application of implicit associations tests. *Tourism Management*, 33, pp.50-52.
- YOUNG, M. (1995) Evaluative constructions of domestic tourism places. *Australian Geographical Studies*, vol. 33, pp. 272-286.